基于大数据的传统媒体与新媒体融合发展

王君娜
（莒县广播电视台，山东 日照 276500）

摘 要：在当前互联网技术、科学技术快速发展的背景下，我国已经进入信息化时代，大数据技术作为信息化时代的典型代表，在新媒体的形成与发展中发挥着重要作用，同时以电视、广播、报纸为代表的传统媒体在信息化时代面临的挑战与压力也越来越大。不管是新媒体还是传统媒体，都有自身的优势与不足，如何将两种媒体类型融合在一起，充分发挥二者的优势，是当前媒体行业发展的主要方向，也是大数据背景下媒体融合发展中面临的主要问题。本文在对大数据背景下新媒体的概念及特征分析的基础上，对新媒体与传统媒体融合发展的意义进行讨论，并对新媒体与传统媒体融合发展中大数据技术的作用进行分析，最后从融合渠道多元化、媒体传播渠道拓宽、融合过程中媒体定位的明确及拓展经营模式几个方面，对新媒体与传统媒体在大数据背景下的融合发展路径进行探索，以期为我国媒体行业的发展提供依据。

关键词：大数据；新媒体；传统媒体；拓宽渠道；明确定位　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）09-080-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.09.024
本文著录格式：王君娜．基于大数据的传统媒体与新媒体融合发展 [J]. 中国传媒科技，2021（09）：80-82.

在以往，以广播、电视、报纸为代表的传统媒体在信息呈现时，多以图片、文字等纸质途径进行信息传播，传播效果受时间与空间因素的影响较大。在信息化时代背景下，人们对信息资源的获取速度、需求量都极大的提升，传统媒体已经很难满足要求。这也是新媒体崛起的主要原因，新媒体不管是在信息传播速度方面，还是传播范围方面，都有自身的优势，是传统媒体无法比拟的。当然传统媒体也有自身的优势，如信息权威性高、具有深度等，这也是新媒体在发展中迫切需要解决的问题。为了实现媒体行业的长远发展，将传统媒体与新媒体融合已经是时代发展的必然趋势，所以需要借助大数据技术的优势，推动与促进新媒体与传统媒体的融合发展。

1. 大数据背景下新媒体概念分析

1.1 新媒体概述

在电子信息化技术快速发展的背景下，逐渐出现了新媒体的概念。但由于计算机技术发展速度非常快，且复杂性较高，学界对计算机技术理论界定并不准确，也导致了新媒体的概念相对比较模糊。但通过不同学者对新媒体的描述与总结，认为新媒体属于一种传播模式，是在新型计算机技术基础上形成的新型媒体形态。与之对应的就是电视、广播等传统媒体，以传统媒体为基础，以新媒体的特征、表现为依据，对新媒体进行定义：在移动网络技术、3D 技术、数字技术等先进技术基础上，通过互联网形成数据传输的专用渠道，对相关内容进行传播，受众则通过电子移动设备对信号内容进行接收与观看。

1.2 大数据背景下新媒体的特征

在对新媒体研究中，从特征学上来看，大数据背景下新媒体是一个相对的概念，并非静态概念，是在现代信息网络技术发展下产生的一种不同于传统理论概念的新型概念。[1] 创新性是新媒体最显著的特征，形式上的创新只是其表现之一，同时还包含相关支撑技术的创新、基础理论的创新，且这种创新具有显著的区域空间性与时代性，即在特定技术发展区域内、特定历史时期内形成的新型技术。此外，交互性也是大数据背景下新媒体技术的主要特征之一。在信息传播模式上，新媒体较传统媒体发生了极大的改变，信息的接收者与发送者之间联系更加密切，二者在信息交流、互通方面的优势是传统媒体无法比拟的。同时，信息交流与传输中，参与者有一定的控制权。也就是新媒体在信息传输中，信息的发布者与接收者之间的身份能够转换，信息接收者可以成为信息的发布者，同样信息的发布者也可以是信息的接收者。

2. 大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展研究

2.1 媒体融合发展的意义

所谓媒体融合，指的是在当前社会背景下，新媒体与传统媒体之间的融合，目的是对当前人们对信息获取需求进行满足。对新媒体而言，具有繁杂性、复杂性及快速性，更符合当前人们快节奏的生活需求，所以人们对新媒体的选择更多，传统媒体信息传播质量及信息权威性方面更加突出。[2] 新媒体与传统媒体之间的融合，不仅仅是两种不同媒体间的融合，更是满足媒体传播需求的过程，以及大数据背景下媒体发展的必然之路。同时，在新媒体与传统媒体融合和发展的过程中，信息传播的速度、效果也均能得到极大提升，二者各自的优势也能得到最大限度的发挥，实现优势互补。新媒体主要发挥自身信息传播速度快、传播范围广以及可通过不同渠道

获取信息的优势，传统媒体则主要发挥其传播信息真实、权威以及新闻信息内容创新性强等优势，在媒体融合发展中，新媒体与传统媒体的优势不仅能得到极大的发挥，同时各自优势也得到提升，对媒体在信息传播方面的影响力有提升作用。

2.2 大数据在媒体融合发展中的作用

现阶段，新媒体与传统媒体的融合必然会受到大数据技术的影响，主要表现在以下方面：首先，大数据对媒体营销工作过程及方式均会产生影响，且在信息传播过程中，能够使参与者更加的多元化，较传统媒体传播过程的单一化，信息传播实现了多向性，并且实现了信息的可逆化传播。[3] 原因在于，媒体融合背景下，人们对各类信息事件在传播过程中，能够对信息事件进行评论，而这些评论也属于信息资源，能够再借助新媒体的传播途径进行传播。所以，通过新媒体发布的各类信息，受众也能通过新媒体途径表达自己的想法及意见，并反馈给信息发布者。当然，要用矛盾的眼光去看待这一现象，也就是说这种模式对新媒体与传统媒体的融合发展能够起到促进作用，但同时也存在一些弊端。面对这一问题，在新媒体与传统媒体融合发展中，就需要对大数据技术加大应用的力度，使媒体信息的生产力及影响力不断提升，才能确保新媒体与传统媒体在大数据环境下融合发展中能更好的应对各种挑战。其次，不管是新媒体还是传统媒体，在大数据背景下的融合发展中，信息的来源必然会发生改变，与传统媒体调查、采访等信息来源方式相比，随着新媒体的融合，在信息来源方面，各类信息的收集、整理等均能通过大数据进行处理。[4]

3. 大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展路径

3.1 融合多元化发展渠道

传统媒体在新的时代发展环境中，自身要取得发展，就需要对发展思路进行深刻分析，用改革与创新的思路为自身的发展创造条件，这就要求首先确定融合的方向。在对媒体融合发展渠道进行明确时，不管是新媒体还是传统媒体，融合之路必须是建立在严格遵守法律法规的基础上，然后以媒体行业发展的规律为指导，对新媒体与传统媒体融合的切入点进行明确，从而实现新媒体与传统媒体更有效的融合。特别要注意的是，新媒体与传统媒体融合中，发展渠道的融合必须是建立在创新的技术、内容应用的基础上，才能确保媒体融合效果达到预期，为媒体行业的发展注入长久的动力。同时，作为媒体从业者而言，对新媒体与传统媒体融合的意义要有深刻的认知，要用发展的眼光看待媒体的融合，认识到媒体融合关系到整个媒体行业的发展。从媒体融合的具体表现来看，主要体现在传播内容、传播形式及传播路径等方面，为确保媒体融合过程的顺利，在信息数据资源采集中，要对大数据技术充分、高效的进行利用，从中选择出对人民群众有用的信息资源，以此作为媒体融合发展方向确定的依据。[5] 同时，确定媒体融合的目标后，基于发展目标，对传统媒体与新媒体的特点进行统筹，以便更好的把握媒体融合发展的方向。

3.2 拓宽媒体传播渠道

从当前媒体融合的现状来看，媒体传播渠道的多元化与丰富化是最直观的体现，这也决定了媒体融合过程中媒体人在工作中精力投入的主要方向。从信息传播渠道来看，新媒体与传统媒体之间的差异非常大，媒体融合过程中，二者之间通过沟通互补，对两种媒体类型各自的优势与不足进行明确的基础上，充分发挥二者的优势，同时对二者的不足也要最大限度的进行弥补。首先，传统媒体的特点在于信息质量高、新闻创造性强，新媒体则具有复杂性与碎片化的特点，媒体融合中可利用新型传播媒介，对新媒体与传统媒体的信息传播渠道进行融合。[6] 其次，与传统媒体相比，新媒体的传播力、影响力优势非常明显，所以传统媒体要清楚的认识到这一点，对自身发展理念进行转变，借助新媒体的这一优势，拓宽传播渠道，实现自身宣传的目标，使自身的影响力不断扩大。在数据信息获取方面，要充分利用大数据的收集、分析能力，对新的信息分享平台、传播渠道进行搜索，如微信、微博等平台的利用，使传统媒体的受众范围更大，对自身宣传、品牌形象塑造有重要意义。在当前科学技术飞速发展的背景下，人们在获取信息方面途径更多、更方便，传统媒体行业中，受众固化现象已经比较明显，所以在媒体融合背景下，传统媒体对自身信息传播渠道的单一性问题必须积极解决，只有不断拓宽、增加传播渠道，才能使自身在媒体行业竞争中取得优势地位。[7] 同时，传统媒体对电视、报纸等传统媒介信息，可通过创立电子网站等形式对信息进行转化，争取传统媒体在信息传播与更新速度方面与新媒体保持一致，从而提升对受众的吸引力，实现媒体更好的融合发展。

3.3 明确融合过程中媒体定位

不管是传统媒体还是新媒体，都有各自的优势与特点，但同时也都存在不足之处。媒体在融合发展中，首先要解决的问题就是，如何将各自的优势最大限度的发挥出来，同时对各自存在的不足之处进行规避，实现信息传播过程中深度与广度的提升，使新媒体与传统媒体的价值都能得到实现。就受众规模而言，新媒体行业面临的受众规模非常庞大，所以在媒体融合中，新媒体对自身的定位必须进行明确，才能在面对庞大受众群体时，实现高质量的信息传播。[8] 在将信息服务提供给受众的过程中，新媒体对大数据技术要能精准、充分的利用，结合受众的心理特点、信息需求，对自身提供的信息服务不断进行优化与完善，实现媒体融合中对传统媒体受众的吸引力。为实现新媒体与传统媒体的高度融合，新媒体在个性化、高水平服务提供中要加大研究力度，将高质量的信息提供给受众，最大限度的满足受众对信息

的需求。传统媒体在经营发展理念方面也要进行转变，除借助大数据技术对受众的喜好、需求进行分析外，也要与当前时代发展的特点相结合，明确受众对信息的需求，为受众提供个性化的信息服务，满足受众需求，从而吸引更多的受众。

3.4 拓展多样化经营模式

对传统媒体的发展现状进行分析，结果显示经营模式严重单一化趋势是传统媒体面临的主要问题，对传统媒体长远发展不仅没有促进作用，甚至还会产生阻碍作用。所以，传统媒体必须对自身整体情况进行综合分析，打破现状，对经营模式合理创新，为自身长远发展注入活力。与之相比，新媒体在经营模式方面，凭借多元化的经营理念，受众范围不断扩大的同时，市场也在不断的拓宽，人们能够通过新媒体途径轻松的获得视频、图片及文字等信息资源，同时个人不仅是信息资源的接收者，也可以是信息资源的发布者，体现出了新媒体多元化的经营模式及高度的互动性，这也是传统媒体所缺乏的。在大数据背景下，传统媒体在激烈的媒体行业竞争中，要想取得持续发展，就需要对当前时代发展的潮流及趋势进行明确，并顺应时代发展的需求，对新媒体的优势及特点进行学习，并将其拿来我用，作为自身发展的优势资源。[9] 传统媒体也需要在大数据时代背景下，对自身现有的各类资源进行整合与应用，采取有效的措施对传统媒体资源进行盘活。所以，传统媒体必须对自身有全面、客观的认知，在充分放大自身优势特点的同时，也要认识到自身的不足，引入更多的经营模式，才能使自身的竞争力不断提升。传统媒体与新媒体相比，在信息资源的权威性及资源完整性方面的优势是新媒体无法比拟的，所以传统媒体对自身这一优势要充分把握与发挥，做好与新媒体的深度融合，实现多元化的经营模式。现阶段，社会各行业中对大数据技术已经广泛应用，新媒体与传统媒体要实现深度融合，两种媒体都需要对大数据技术进行积极、主动、深入的分析和了解，在此基础上对数据资源进行分析与整合，在媒体融合环境下，结合受众及市场需求，筛选受众喜爱的信息资源并提供给受众，媒体的融合发展之路才能更顺利，我国媒体行业发展才能更顺畅。

结语

综上所述，新媒体与传统媒体的融合发展是时代发展的必然，在融合发展中两种媒体形式都需要深刻的认识到自身的优势特征与不足之处，作为媒体工作者而言，要转变思路，对新媒体与传统媒体的优势进行利用，同时对二者的不足进行弥补，从多个方面实现媒体的融合发展。当前社会背景下，大数据技术的发展速度非常快，媒体在融合发展中，不可避免的会受到大数据的影响，同时二者的融合也需要对大数据技术充分进行利用，借助大数据技术实现新媒体与传统媒体更有效融合，不管是传统媒体还是新媒体，都能为受众提供有用的、有需求的信息资源，满足受众的需求，实现促进我国媒体行业发展的目标。媒

参考文献

[1] 刘敏 . 新媒体的特点及与传统媒体的融合发展趋势分析 [J]. 新闻研究导刊，2020（4）：248-249.

[2] 赵清爽 . 传统媒体与新媒体融合面临的问题及对策探究 [J]. 传媒论坛，2021（6）：23-24.

[3] 苏文杰 . 传统媒体如何实现大屏转向小屏——探究传统媒体与新媒体的融合发展 [J]. 记者摇篮，2021（1）：82-83.

[4] 张喻萱，刘迅 .5G 时代下传统媒体深度融合策略探究 [J]. 中国传媒科技，2020（3）：65-66.

[5] 王崇正 . “互联网 +”的新媒体与传统媒体融合发展研究 [J]. 电视技术，2019（18）：34-35.

[6] 赵睿杰 . 论新媒体环境下实现传统数字电视与网络电视技术融合 [J]. 数字通信世界，2020（4）：249-250.

[7] 刘晶 . 我国传统媒体与新兴媒体融合发展的现状，问题与创新路径探讨 [J]. 中国传媒科技，2020（10）：63-64.

[8] 盛金菊 . 全媒体视野下新媒体与传统媒体融合对策 [J]. 中国有线电视，2020（3）：283-285.

[9] 展鹏 . 数字化时代下传统媒体与新媒体有效融合途径探讨 [J]. 中国新通信，2020（23）：80-82.

作者简介：王君娜（1978-），女，山东日照，编辑，研究方向：现代传播。

（责任编辑：胡杨）